

Аннотация к дисциплине

«Социально-коммуникационные функции рекламы в масс-медиа современного мегаполиса»

Целью освоения дисциплины «Социально-коммуникационные функции рекламы в масс-медиа современного мегаполиса» является ознакомление обучающихся с принципами социальной ответственности профессиональной деятельности и овладением инструментарием по созданию социально значимого продукта (ОПК-7)

Задачами освоения дисциплины «Социально-коммуникационные функции рекламы в масс-медиа современного мегаполиса» являются:

1. знания:
 - общемировых факторов, приведших к возникновению новой парадигмы бизнеса;
 - причин, приведших к превращению деловой репутации в главный нематериальный актив, капитализирующий бизнес;
 - основных подходов, методов и технологий репутационного менеджмента.
2. умения:
 - анализировать формы и способы осуществления процесса управления репутацией;
 - выбирать оптимальные коммуникационные инструменты для решения поставленных задач по управлению репутацией;
3. навыки:
 - владения основным понятийным аппаратом в области современных коммуникационных технологий;
 - разработки коммуникационных стратегий.